CONSEIL D'ADMINISTRATION

Président du conseil
Me Olivier Lessard
LJT Avocats

Vice-présidente
Patricia M. Lachance
Acceo Solutions

Trésorier
Samuel Nadeau, CPA
Couture
TIMBER MART

Secrétaire
Stéphanie Descombes
RONA Deslongchamps

Isabelle Cormier
J.Albert Cormier et fils
BMR

Charles Brisebois
Goodfellow

David Forgues
Banque Nationale

Diego Mazzone
JRTech Solutions

Anick Rousseau
Rénomax
Home Hardware

Guillaume Villemure
Soleno

AQMAT
Association québécoise de la quincaillerie et des matériaux de construction

Montréal, le 21 mai 2025

M. Jean-François Roberge
Ministre de l'Immigration, de la Francisation et de l'Intégration
Ministre de la Langue française

Mme Dominique Malack
Présidente-directrice générale
Office québécois de la langue française

Objet : À vos marques, prêts, PROTÉGEZ !

Monsieur le Ministre,
Madame la Présidente-directrice générale,

Le 12 mai, je vous écrivais au nom de nos entreprises membres au sujet des marques de commerce que vous tenez, selon la nouvelle mouture du règlement, à calculer dans le nombre de mots et l'espace occupés en affichage extérieur commercial. Depuis, nous avons sondé nos membres qui n'ont pas caché leur inquiétude et leur grogne. Et nous organisons un webinaire sur la question.

Nous croyons opportun que vous preniez connaissance de nos doléances et que vous tentiez d'être présents à notre événement virtuel, du moins, de déléguer quelqu'un.

En préparation de la pause-café sur l'affichage commercial qui aura lieu demain matin et où un avocat répondra aux questions des membres, voici en primeur les résultats du sondage express auquel 107 marchands ont répondu à l'intérieur d'un court délai d'une semaine.

Six questions avaient été posées en écho aux six arguments contenus dans ma lettre précédente. Avec 107 marchands qui ont répondu en quelques jours et dégageant de large majorité, on peut en déduire que nos commerçants appréhendent avec la même incompréhension ce volet spécifique du projet de loi 96.

Voici une synthèse de la réaction de nos marchands.

90,6 % sont tout à fait d'accord et 3,8 % plutôt d'accord, donc appui à **94,4 %,** avec l'énoncé suivant : **Il s'agit d'un fardeau administratif et financier qui n'a pas sa place dans un contexte économique aussi fragille.**

Les répondants pensent que d'obliger des mots français en taille et en nombre dans le but qu'ils occupent les deux-tiers d'une devanture de quincaillerie représente un fardeau administratif et financier qui n'a pas sa place dans un contexte économique aussi fragile. La refonte de la signalisation, des enseignes, des sites web et de tout le matériel promotionnel n'ajoute aucune valeur au commerce.

> 88,7 % sont tout à fait d'accord et 6,6 % plutôt d'accord, donc appui à **95,3 %,** avec l'énoncé suivant : **Il y a atteinte à la reconnaissance de marques établies et appréciées**.

Les répondants pensent ici qu'il y a ici atteinte à la reconnaissance de marques établies et appréciées. Plusieurs de nos entreprises utilisent des marques de commerce qui, bien que formées de mots en anglais représentent des repères culturels que le législateur ne peut nier. « On va au Canadian Tire », on ne va pas dans un « Magasin d'outils et de bricolage connu sous le nom de Canadian Tire ». Une dilution de l'effet marketing est à prévoir.

> 86,8 % sont tout à fait d'accord et 6,6 % plutôt d'accord, donc appui à **93,4 %,** avec l'énoncé suivant : **Il est contre-productif de devoir adapter l'image commerciale d'une grande chaîne de magasins**.

Les répondants pensent que la nouvelle politique peut nuire aux familles québécoises et canadiennes affiliées à des enseignes au nom anglophone parce que ces dernières pourraient trouver contre-productif de devoir adapter leur image commerciale à un marché de 9 millions de consommateurs sur un continent qui en compte plus de 380 millions. Par extrapolation, cela peut représenter une barrière supplémentaire à l'entrée sur le marché québécois de joueurs canadiens et internationaux.

> 89,6 % sont tout à fait d'accord et 3,8 % plutôt d'accord, dont appui à **93,4 %,** avec l'énoncé suivant : **Il y a risque d'interprétation à géométrie variable et de sanctions**.

Les répondants pensent qu'une incertitude juridique subsiste et sera sujette à une interprétation à géométrie variable, selon chaque inspecteur de l'Office québécois de la langue française (OQLF), sur ce que signifie exactement "nettement prédominant" dans le contexte de l'affichage. Des recours juridiques pourraient être intentées, du moins des crises morales ou sociales pourrait être engendrées, autant de coûts et de pertes d'énergie pour des fins stériles. Rappelons que le projet du gouvernement prévoit en plus de fortes sanctions : les entreprises qui, aux yeux de l'OQLF, ne se conforment pas aux nouvelles exigences peuvent faire l'objet d'amendes variant de 3 000 $ à 30 000 $ par infraction, avec une majoration en cas de récidive.

84,9 % sont tout à fait d'accord et 7,5 % plutôt d'accord, dont appui à **92,4 %,** avec l'énoncé suivant : **La mesure est jugée coercitive et peut freiner l'innovation et l'agilité commerciale.**

Les répondants pensent que certains acteurs économiques percevront la loi comme une mesure coercitive qui freine l'innovation ou l'agilité commerciale et qu'elle sera vue par certains comme politiquement polarisante, ce qui pourrait nuire à la collaboration entre les secteurs public et privé pourtant plus nécessaire que jamais en cette ère de guerre commerciale avec notre puissant voisin américain.

91,5 % sont tout à fait d'accord et 2,8 % plutôt d'accord, donc appui à **94,3 %,** avec l'énoncé suivant : **Les lacunes au niveau de l'étiquetage et des modes d'emploi sont dénoncées, pas l'affichage extérieur. Appliquons le principe suivant : on ne répare pas ce qui n'est pas brisé !**

Les répondants pensent que le gouvernement aurait négocié avec les grandes associations commerciales (CQCD et CCCD) un délai de grâce d'un an, permis dans la mesure où la quincaillerie peut prouver qu'au 1er juin 2025, elle a entamé des procédures pour devenir conforme. Nous pensons que la solution n'est pas de gagner du temps, mais d'empêcher l'application des nouvelles normes d'affichage parce que les marques des commerces affichées en anglais ne font pas l'objet de récriminations massives de la part de la population.

Dans l'attende de votre réaction aux résultats de notre sondage, je vous invite, en tout respect, à nous confirmer un représentant au webinaire de 30 minutes qui a lieu demain (jeudi 22 mai), à compter de 10 h.

Veuillez recevoir, Monsieur le Ministre, Madame la Présidente-directrice générale, l'expression de mes salutations distinguées.

Richard Darveau
Président